

## Undervisningsbeskrivelse

### Stamoplysninger til brug ved prøver til gymnasiale uddannelser

<b>Termin</b>	Sommer 2024
<b>Institution</b>	EUC Nordvest/Thisted Handelsgymnasium
<b>Uddannelse</b>	HHX
<b>Fag og niveau</b>	Afsætning B
<b>Lærer(e)</b>	Ulla Hauge Thostrup
<b>Hold</b>	2gt2223int

### Oversigt over gennemførte undervisningsforløb

<b>Titel 1</b>	Virksomhedens interne forhold
<b>Titel 2</b>	Virksomhedens eksterne forhold
<b>Titel 3</b>	Strategi
<b>Titel 4</b>	Segmentering, målgruppevalg og positionering
<b>Titel 5</b>	Marketingmix
<b>Titel 6</b>	Markedsanalyse
<b>Titel 8</b>	

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

<b>Titel 1</b>	<b>Virksomhedens interne forhold:</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systime, Marketing, kap. 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Virksomhedskarakteristik</li> <li>• Konkurrencedygtighed</li> <li>• Forretningsmodeller</li> <li>• Business Model Canvas</li> <li>• Værdikæder</li> <li>• SW-opstilling</li> </ul>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning  Opgaveløsning  Gruppearbejde  Casearbejde  Elevpræsentationer  Klassediskussioner  Afleveringsopgaver</p>

## Beskrivelse af det enkelte undervisningsforløb (1 skema for hvert forløb)

<b>Titel 2</b>	<b>Virksomhedens eksterne forhold:</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systime, Marketing, kap. 3-7</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p><b>Omverdensforhold:</b>  Omverdensmodellen  OT-opstilling  Muligheds- og trusselsmatrix  PESTEL-analyse</p> <p><b>Konkurrenceforhold:</b>  Markedskarakteristika  Konsument- og producentmarkedet  Konkurrentidentifikation  Markedsandel og præferencer  Konkurrencemæssige positioner  Konkurrentanalyse</p> <p><b>Brancheforhold:</b>  Branchekarakteristik  Brancheanalyse</p> <p><b>Købsadfærd på konsumentmarkedet:</b>  SOR-modellen  Behov  Købmotiver  Købstype og købsadfærdstyper  Køberoller  Beslutningsprocessen  Andre købsadfærdsbegreber</p> <p><b>Købsadfærd på producentmarkedet</b>  Delmarkeder  Virksomheders købsadfærd  Virksomheders beslutningsproces  Valgkriterier på de 3 markeder  Faktorer der påvirker købsadfærden</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning</li> <li>– nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver

<b>Titel 3</b>	<b>Strategi</b>
<b>Indhold</b>	Systime, Marketing, kap. 8 og 10 <u>Kernestof:</u> <b>Strategi</b> Mission, vision og værdier SWOT-opstilling TOWS-matrix Konkurrencestrategier Vækststrategier (Intensivering)
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellerens forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>

<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver
-----------------------------------	---

<b>Titel 4</b>	<b>Segmentering, målgruppevalg og positionering</b>
----------------	---

<b>Indhold</b>	System, Marketing, kap. 11 <u>Kernestof:</u> <b>Segmentering</b> Markedssegmentering Segmenteringsprocessen Målgruppevalg Positionering
----------------	---

<b>Omfang</b>	
---------------	--

<b>Særlige fokuspunkter</b>	Eleverne skal kunne: <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellerens forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
-----------------------------	--

<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	Klasseundervisning Opgaveløsning Gruppearbejde Casearbejde Elevpræsentationer Klassediskussioner Afleveringsopgaver
-----------------------------------	---

<b>Titel 5</b>	<b>Marketingmix</b>
----------------	---------------------

<b>Indhold</b>	<p>Systeme, Marketing, kap. 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 24 og 25</p> <p><u>Kernestof:</u></p> <p><b>Marketingmix</b> Marketingmix og PLC-forløb Markedskort Pull- og push strategi</p> <p><b>Produkt</b> Klassifikation af produkt Kvalitet Sortiment Mærkestrategi Branding Produktets livscyklus – PLC</p> <p><b>Serviceydelser</b> Serviceydelser som begreb Servicepakke og værdikæde Serviceleverancesystem De 7 P' er Oplevelsesøkonomi</p> <p><b>Pris</b> Prisstrategi Priselasticitet Prisfastsættelsesmetoder Prisdifferentiering Prisfastsættelse for nye produkter</p> <p><b>Distribution</b> Direkte og indirekte distribution Distributionskanaler Distributionsstrategi Kædeformer E-handel</p> <p><b>Promotion</b> Organisering af promotionaktiviteter Promotionbudskab og indhold Promotionformer Den sociale medieplatform Viral markedsføring</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt og globalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale og globale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning  Opgaveløsning  Gruppearbejde  Casearbejde  Elevpræsentationer  Klassediskussioner  Afleveringsopgaver</p>

<b>Titel 6</b>	<b>Markedsanalyse</b>
<b>Indhold</b>	<p>Systeme, Marketing, kap. 1  <u>Kernestof:</u>  Formålet med dataindsamling  Datakilder  Databaser  Kvalitative metoder  Kvantitative metoder  Spørgeskemaudformning  Respondentudvælgelse  Stikprøveudvælgelse  Fejlkilder  Repræsentativitet  Markedsanalyseprocessen  Big data</p>
<b>Omfang</b>	
<b>Særlige fokuspunkter</b>	<p>Eleverne skal kunne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – nationalt, og derigennem demonstrere viden og kundskaber om fagets identitet og metoder</li> <li>– identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst</li> <li>– anvende afsætningsøkonomiske modeller og forklare modellernes forudsætninger og egenskaber</li> <li>– udarbejde et afsætningsøkonomisk ræsonnement, herunder at kunne forklare sammenhængen mellem en række relevante afsætningsmæssige forhold i en given kontekst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– indsamle, bearbejde og præsentere informationer om en virksomheds nationale markedsforhold samt vurdere informationernes troværdighed og relevans i en given sammenhæng</li> <li>– fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer, herunder i samspil med andre fag</li> <li>– udvælge og anvende relevante digitale og matematiske kompetencer i arbejdet med afsætning.</li> </ul>
<b>Væsentligste arbejdsformer</b>	<p>Klasseundervisning  Opgaveløsning  Gruppearbejde  Casearbejde  Elevpræsentationer  Klassediskussioner  Afleveringsopgaver</p>